
UNIVERSITI SAINS MALAYSIA

Second Semester Examination
2015/2016 Academic Session

June 2016

CIT572 – Cyber Marketing *[Pemasaran Siber]*

Duration : 2 hours
[Masa : 2 jam]

INSTRUCTIONS TO CANDIDATE:

[ARAHAN KEPADA CALON:]

- Please ensure that this examination paper contains **TWO** questions in **THREE** printed pages before you begin the examination.

*[Sila pastikan bahawa kertas peperiksaan ini mengandungi **DUA** soalan di dalam **TIGA** muka surat yang bercetak sebelum anda memulakan peperiksaan ini.]*

- Answer **ALL** questions.

*[Jawab **SEMUA** soalan.]*

- You may answer the questions either in English or in Bahasa Malaysia.

[Anda dibenarkan menjawab soalan sama ada dalam bahasa Inggeris atau bahasa Malaysia.]

- In the event of any discrepancies, the English version shall be used.

[Sekiranya terdapat sebarang percanggahan pada soalan peperiksaan, versi bahasa Inggeris hendaklah diguna pakai.]

1. (a) What are the **five (5)** levels of user engagement? Provide an example of each.

Apakah lima (5) tahap penglibatan pengguna? Berikan contoh bagi setiap satu.

(25/100)

- (b) As a marketer, describe at least **four (4)** strategies to integrate hot product ideas into current product mixes.

Sebagai seorang pemasar, terangkan sekurang-kurangnya empat (4) strategi untuk mengintegrasikan idea-idea produk panas ke dalam campuran produk semasa.

(25/100)

- (c) As a Marketing Manager for a Food Truck business, selling “traditional food”; describe how do you manage the brand and company reputations?

Sebagai Pengurus Pemasaran untuk perniagaan Trak Makanan, yang menjual "makanan tradisional"; terangkan bagaimana anda menguruskan jenama dan reputasi syarikat?

(25/100)

- (d) Individualization is an emerging e-marketing technique which requires the provision of the right tool for the right customer. Describe at least **three (3)** example how this e-marketing technique is being used by an existing well-known company.

Individualisasi adalah teknik e-pemasaran yang baru muncul yang memerlukan penyediaan alatan yang tepat untuk pelanggan yang betul. Jelaskan dengan memberikan tiga (3) contoh bagaimana teknik e-pemasaran ini digunakan oleh syarikat sedia ada yang terkenal.

(25/100)

2. (a) Why is it important to implement CRM effectively and efficiently? In what ways can a firm ensure that their use of CRM is both effective and efficient?

Mengapakah amat penting untuk melaksanakan CRM dengan cekap dan berkesan? Bagaimanakah boleh sesebuah firma memastikan bahawa mereka melaksanakan CRM dengan berkesan dan cekap?

(25/100)

- (b) Give **five (5)** factors that might explain the wide price dispersion on the internet? In your opinion, which of these factors has the biggest effect on the spread between online prices? Support your answer in the context of a real-world example.

*Berikan **lima (5)** faktor yang mungkin boleh menjelaskan tentang perbezaan harga yang ketara di internet? Pada pendapat anda, faktor yang manakah yang mempunyai kesan terbesar pada perbezaan harga di dalam talian? Sokong jawapan anda dalam konteks contoh dunia sebenar.*

(25/100)

- (c) Why social media is important for companies that is either online or offline? List any **five (5)** desired outcomes of social media strategy.

*Mengapa media sosial adalah penting bagi syarikat-syarikat sama ada dalam talian atau luar talian? Senaraikan mana-mana **lima (5)** hasil yang diinginkan daripada strategi media sosial.*

(25/100)

- (d) List and define the **four (4)** types of data analysis from a data warehouse perspective that e-marketers can use? Explain how these data could be used in e-marketing.

*Senarai dan takrifkan **empat (4)** jenis analisis data daripada perspektif gudang data yang e-pemasar boleh gunakan? Terangkan bagaimana data ini boleh digunakan dalam e-pemasaran.*

(25/100)